

trainingcenterin

LA POLITIQUE D'ANNULATION EN HÔTELLERIE

**Manuel de Formation Opérationnelle - Agent des
Réservations**

Document Confidentiel - Propriété de trainingcenterin

Programme Hôtelier - Module Cadre Légal et Administratif - Édition Complète (Version Longue)

Sommaire du Programme

MODULE 1	Introduction : Pourquoi la Politique d'Annulation existe-t-elle ?
MODULE 2	Le Cadre Légal et les Conditions Générales de Vente (CGV)
MODULE 3	Typologie des Tarifs et Leurs Conditions (Flex, Semi-Flex, NRF)
MODULE 4	Le Tarif Non-Remboursable (NRF) : Vente, Avantages et Pièges
MODULE 5	La Fenêtre d'Annulation (Cancellation Window & Cut-off Date)
MODULE 6	Les Pénalités d'Annulation : Calcul et Règles d'Application
MODULE 7	Le "No-Show" (Non-Présentation) : Définition et Gestion Sécurisée
MODULE 8	Gérer les Annulations sur les Canaux Directs (Téléphone, E-mail)
MODULE 9	Gérer les Annulations sur les OTA (Booking.com, Expedia)
MODULE 10	Le Cas Particulier des Groupes et Clients Corporate

MODULE 11	La Procédure d'Annulation dans le PMS (Étape par Étape)
MODULE 12	Le Remboursement et les Avoirs (Vouchers) : Quelle Procédure ?
MODULE 13	La Force Majeure et les Demandes de Dérogation (Waivers)
MODULE 14	Cas Pratiques Opérationnels de Litiges à l'Hôtel FAHO
MODULE 15	Conclusion et Checklist pour l'Agent de Réservation

MODULE 1 : Introduction : Pourquoi la Politique d'Annulation existe-t-elle ?

1.1. La nature périssable du produit hôtelier

Le produit vendu par un hôtel, à savoir la nuitée, a une durée de vie extrêmement courte. Si une chambre n'est pas vendue le mardi soir, le revenu de ce mardi est perdu à tout jamais. Contrairement à un magasin de vêtements, l'hôtel ne peut pas "stocker" ses chambres pour les vendre plus tard.

La **Politique d'Annulation (Cancellation Policy)** est le bouclier financier de l'hôtel. Elle permet de s'assurer qu'un client qui réserve une chambre et bloque cet inventaire (empêchant l'hôtel de le vendre à quelqu'un d'autre) s'engage réellement à venir, ou indemnise l'hôtel s'il se désiste à la dernière minute.

1.2. Le rôle central de l'Agent de Réservations

L'Agent de Réservations est le gardien de cette politique. S'il ne l'explique pas correctement lors de la vente, ou s'il ne l'applique pas lors d'une annulation, l'hôtel perdra non seulement de l'argent sur la chambre vide, mais s'exposera aussi à des litiges complexes avec des clients mécontents.

MODULE 2 : Le Cadre Légal et les Conditions Générales de Vente (CGV)

2.1. Un contrat contraignant

Une réservation d'hôtel n'est pas une simple prise de rendez-vous. C'est un **contrat juridique** passé entre l'hôtelier et le client. Ce contrat est régi par les Conditions Générales de Vente (CGV).

2.2. Le principe du consentement éclairé

Pour qu'une politique d'annulation (et surtout les pénalités qui y sont liées) soit applicable légalement, le client doit en avoir été **informé de manière claire et transparente avant** la validation de sa réservation.

- **Au téléphone** : L'Agent doit énoncer oralement la date limite d'annulation. *"Je vous confirme que cette réservation est annulable sans frais jusqu'à 48h avant votre arrivée."*
- **Par écrit** : L'e-mail de confirmation généré par l'Agent **doit obligatoirement** contenir le texte de la politique d'annulation. Sans cette trace écrite, si le client conteste un prélèvement de frais d'annulation, la banque donnera raison au client (Chargeback).

MODULE 3 : Typologie des Tarifs et Leurs Conditions (Flex, Semi-Flex, NRF)

3.1. À chaque tarif sa règle

Dans l'hôtellerie moderne, le prix est toujours lié à une condition. Plus le client souhaite de la flexibilité (le droit de changer d'avis), plus il paiera cher. L'Agent manipulera trois grandes familles de tarifs au quotidien.

3.2. Les trois familles tarifaires

Type de Tarif	Flexibilité pour le client	Avantage pour l'Hôtel
Tarif Flexible (BAR - Best Available Rate)	Totale. Peut annuler ou modifier sans frais jusqu'à J-1 ou le jour même (selon l'hôtel).	Vendu au prix fort. Génère le maximum de revenu si le client séjourne.
Tarif Semi-Flexible	Moyenne. Annulation possible mais avec un délai de prévenance plus long (ex: J-7 ou J-14).	Idéal pour les longs séjours. Permet de sécuriser le planning à l'avance et d'éviter les vides soudains.

Type de Tarif	Flexibilité pour le client	Avantage pour l'Hôtel
Tarif Non-Remboursable (NRF / Advance Purchase)	Aucune. Ne peut être ni annulé, ni modifié, ni remboursé.	Sécurise la trésorerie immédiate de l'hôtel. Le client paie à la réservation.

MODULE 4 : Le Tarif Non-Remboursable (NRF) : Vente et Pièges

4.1. Pourquoi vendre du NRF ?

Le Tarif Non-Remboursable (Non-Refundable) est généralement vendu avec une réduction (ex: -10% ou -15% par rapport au tarif flexible). L'hôtel offre ce rabais en échange de la garantie absolue que la chambre est payée, que le client vienne ou non.

4.2. Les pièges de la vente NRF pour l'Agent

L'Agent de Réservation doit être extrêmement vigilant avec ce tarif :

1. **Le risque de malentendu** : Le client voit seulement le "petit prix" sans lire les conditions. L'Agent doit **insister lourdement** au téléphone : *"Monsieur, ce tarif très avantageux implique que la totalité du séjour sera prélevée aujourd'hui et qu'aucune modification ne sera possible."*
2. **Le prélèvement immédiat** : Contrairement au tarif flexible où l'on prend juste une empreinte bancaire, le tarif NRF exige que l'Agent (ou la réception) **débite réellement la carte** du client le jour de la réservation. Une réservation NRF non encaissée n'a aucune utilité stratégique.

MODULE 5 : La Fenêtre d'Annulation

(Cancellation Window & Cut-off)

5.1. Qu'est-ce que la Release Time ?

La fenêtre d'annulation est le délai de prévenance exigé par l'hôtel. L'Agent doit la maîtriser parfaitement.

5.2. Lire la règle "J-X"

Une politique typique ressemble à ceci : *"Annulation sans frais jusqu'à 48 heures avant la date d'arrivée, avant 18h00, heure locale."*

- **L'Heure Locale** : C'est l'heure de l'hôtel, pas celle du pays du client. (Si l'hôtel FAHO est au Maroc et que le client appelle de New York à 16h00 NY time, il est déjà 21h00 au Maroc : le délai de 18h00 est dépassé).
- **Le calcul des 48h** : Si l'arrivée est le Vendredi 15, le client doit annuler au plus tard le Mercredi 13 avant 18h00. Si le client annule le Jeudi 14, il entre dans la zone de pénalité.

MODULE 6 : Les Pénalités

d'Annulation : Calcul et Règles

d'Application

6.1. Le déclenchement de la pénalité (Late Cancellation)

Lorsque le client appelle pour annuler après la date et l'heure limites, la réservation est qualifiée de **Late Cancellation** (Annulation Tardive). L'hôtel est en droit d'appliquer une pénalité financière.

6.2. Le montant de la pénalité

Le calcul dépend strictement de ce qui a été écrit dans l'e-mail de confirmation. Généralement :

- **Pour un séjour court (1 à 3 nuits) :** La pénalité équivaut à la facturation de la **première nuitée**.
- **Pour un séjour long (Haute saison / Résidences) :** La pénalité peut s'élever à 30%, 50% voire 100% de la totalité du séjour.

6.3. Le Rôle de l'Agent

L'Agent ne doit jamais supprimer le dossier du PMS en "cliquant sur annuler" avant d'avoir assuré le paiement de la pénalité.

SOP (Procédure) : L'Agent informe le client ("Monsieur, conformément à nos conditions, la première nuit vous sera facturée"), lance le prélèvement sur la carte de garantie, et ENSUITE change le statut de la réservation en "Annulée" dans le PMS.

MODULE 7 : Le "No-Show" (Non-Présentation) : Définition et Gestion Sécurisée

7.1. L'ennemi silencieux : Le No-Show

Le **No-Show** se produit lorsqu'un client ayant une réservation confirmée et garantie ne se présente pas à la réception le jour de son arrivée, et ce, sans avoir jamais appelé pour annuler.

7.2. Traitement Administratif (SOP)

Le traitement initial est fait par le Réceptionniste de nuit (Night Auditor), mais c'est souvent l'Agent de Réservation qui le gère le lendemain matin :

1. **Facturation** : La première nuit est facturée en pénalité (No-Show Fee).
2. **Annulation du reste du séjour** : C'est la règle d'or. Si un client devait rester 5 nuits et ne vient pas la première nuit, **l'Agent doit annuler les 4 nuits restantes** dans le PMS. Si l'Agent ne le fait pas, la chambre reste bloquée et invendable pour le reste de la semaine. (Bien s'assurer que les CGV le stipulent).

MODULE 8 : Gérer les Annulations sur les Canaux Directs (Téléphone, E-mail)

8.1. Le Canal Direct = Contrôle Total

Lorsqu'un client a réservé en direct (par téléphone ou sur le site officiel de l'hôtel), l'Agent de Réservation a la maîtrise totale du dossier.

8.2. Protocole de traitement d'une annulation directe

- **Identifier le dossier** : Demander le numéro de confirmation.
- **Vérifier le délai** : L'Agent regarde l'heure et la date. Sommes-nous dans la période gratuite ou en pénalité ?
- **Maintien de la relation client** : L'Agent ne doit pas se réjouir ni être froid. *"C'est noté Monsieur. J'annule immédiatement votre réservation sans frais. Nous espérons avoir le plaisir de vous accueillir une prochaine fois."*
- **Saisie** : Cliquer sur "Cancel" dans le PMS, sélectionner le motif (Reason Code : Maladie, Vol annulé, Changement de plan) pour les statistiques, et envoyer l'e-mail automatique d'annulation (Cancellation Letter).

MODULE 9 : Gérer les Annulations sur les OTA (Booking.com, Expedia)

9.1. La règle d'or : Ne jamais annuler "en local"

C'est l'erreur la plus coûteuse qu'un Agent puisse faire. Si un client ayant réservé via Booking.com appelle l'hôtel pour annuler, **l'Agent n'a pas le droit d'annuler la réservation uniquement dans son PMS.**

Si l'Agent le fait, Booking.com considérera que le client est venu, et facturera 15% de commission à l'hôtel à la fin du mois sur une chambre vide.

9.2. Le processus d'annulation OTA

L'Agent doit guider le client : *"Monsieur, votre réservation ayant été effectuée via Booking.com, le contrat vous lie à eux. Je vous invite à vous rendre sur votre application et à cliquer sur 'Annuler'. Dès que vous le ferez, notre logiciel sera mis à jour en deux minutes."*

9.3. La demande d'exonération de frais (Waiver)

Si le client OTA est en période de pénalité et demande une fleur (annulation gratuite pour force majeure), l'Agent de Réservation peut aller sur l'Extranet de Booking/Expedia et cliquer sur **"Demander l'annulation sans frais"**. Le client recevra une alerte, validera, et la commission sera annulée.

MODULE 10 : Le Cas Particulier des Groupes et Clients Corporate

10.1. L'Annulation Corporate (Flexibilité extrême)

Les contrats d'entreprises (Corporate) ont des politiques d'annulation très souples (ex: Annulation gratuite jusqu'à 16h le jour même de l'arrivée). L'Agent doit bien vérifier le profil de l'entreprise dans le PMS. Facturer un No-Show à un PDG d'une entreprise partenaire à cause d'un vol retardé peut ruiner un contrat annuel de 500 nuitées.

10.2. L'Annulation Groupe (Les Pénalités Graduelles)

Les groupes (MICE ou Tour Opérateurs) ne s'annulent pas à la dernière minute. Ils sont soumis à un contrat spécifique avec des pénalités évolutives :

- Annulation à J-60 : Sans frais.
- Annulation à J-30 : 50% de pénalité sur le montant total.
- Annulation à J-15 : 100% de pénalité.

L'Agent de Réservation doit toujours consulter le contrat signé (le BEO ou la Convention) stocké dans le module "Groupes/Blocs" avant d'autoriser la réduction de la taille d'un groupe.

MODULE 11 : La Procédure d'Annulation dans le PMS (Étape par Étape)

11.1. Nettoyer l'inventaire

Dès qu'une annulation est confirmée, elle doit être traitée **immédiatement** dans le système. Laisser "traîner" une annulation bloque virtuellement une chambre qui pourrait être vendue à un autre client.

11.2. Étapes de Saisie

1. Ouvrir le dossier dans le PMS.
2. Cliquer sur le bouton "**Cancel**".
3. Le système demande un **Code de Motif (Cancellation Reason)**. L'Agent doit choisir le bon code (ex: Prix trop élevé, Problème de transport, Maladie). Cela permet au Revenue Manager d'analyser pourquoi l'hôtel perd des ventes.
4. Générer le **Numéro d'Annulation** (Cancellation Number) et le transmettre au client. Ce numéro est la preuve absolue que le contrat est rompu.

MODULE 12 : Le Remboursement et les Avoirs (Vouchers) : Quelle Procédure ?

12.1. Traiter l'argent après l'annulation

Si le client avait versé un acompte (Deposit) et qu'il annule dans les délais gratuits, il doit être remboursé.

12.2. La Règle du Remboursement

L'Agent de Réservation n'a généralement pas le pouvoir de faire un virement bancaire. Il doit envoyer une "**Demande de Remboursement**" formelle à la Comptabilité avec le numéro d'annulation.

Règle d'Or (Anti-blanchiment) : Un remboursement se fait TOUJOURS sur le même moyen de paiement que celui utilisé pour l'achat. Si le client a payé par Carte Bancaire, on recrédite la Carte. S'il a payé par virement, on fait un virement retour. Ne jamais rembourser en espèces un paiement fait par carte.

12.3. Proposer l'Avoir (Voucher)

Pour éviter une fuite de trésorerie, l'Agent commercial proposera souvent un Avoir. *"Monsieur, plutôt que de vous rembourser, m'autorisez-vous à conserver cet acompte sur votre profil sous forme d'Avoir (Credit), valable 12 mois pour votre prochain séjour à Rabat ?"*

MODULE 13 : La Force Majeure et les Demandes de Dérogation (Waivers)

13.1. Savoir faire preuve d'humanité

La politique d'annulation est stricte, mais l'hôtellerie reste un métier d'humains. Lorsqu'un client est en dehors des délais (ou sur un tarif NRF) et qu'il subit un drame (décès familial, accident grave), la rigidité totale détruit l'image de la marque.

13.2. Qu'est-ce que la Force Majeure ?

Juridiquement, c'est un événement imprévisible, irrésistible et extérieur (ex: un tremblement de terre, une fermeture des frontières). Dans ces cas, l'annulation sans frais est une obligation légale pour l'hôtel.

13.3. Les cas "Gris" (Le vol annulé)

Une grève d'avion n'est pas une force majeure pour l'hôtel (l'hôtel est ouvert et la chambre est prête, c'est le problème de la compagnie aérienne). L'hôtel est en droit de facturer la pénalité.

Cependant, le Responsable des Réservations a le **Pouvoir de Dérogation (Waiver)**. Il peut dire à l'Agent : *"Demande au client la preuve d'annulation de son*

vol, et exceptionnellement, annule sans frais." C'est un geste commercial (Goodwill) qui transforme une mauvaise expérience en fidélité future.

MODULE 14 : Cas Pratiques

Opérationnels de Litiges à l'Hôtel

FAHO

Cas N°1 : Le No-Show Contesté

Contexte (Hôtel FAHO) : Un client n'est pas venu. Le Night Audit a prélevé 1500 MAD (1ère nuit). Le lendemain, le client appelle en hurlant : *"J'ai appelé votre réception hier à 15h pour dire que je ne venais pas, vous êtes des escrocs !"*

Action de l'Agent de Réservation :

1. Rester factuel. Vérifier dans le PMS. Aucune trace d'annulation ni de "Cancellation Number" n'existe.
2. **Réponse (L.E.A.R.N) :** *"Monsieur Dubois, je comprends votre surprise face à ce prélèvement. J'ai vérifié nos registres, et nous n'avons malheureusement aucune trace de cet appel, d'où la facturation automatique du No-Show selon nos conditions."*
3. **Preuve :** *"Cependant, si vous pouvez nous envoyer une capture d'écran de l'historique de votre téléphone montrant cet appel à 15h, j'annulerai immédiatement ce prélèvement."* Face à ce mur factuel, le client (qui bluffait souvent) abandonne sa plainte.

Cas N°2 : L'annulation de Tarif NRF par E-mail

Contexte (Hôtel FAHO) : Un client envoie un e-mail : "Veuillez annuler ma réservation N°4589". Il s'agit d'un tarif Non-Remboursable payé il y a un mois.

Action de l'Agent :

1. Ne jamais annuler le dossier avant d'avoir clarifié la situation de l'argent.
2. **Réponse écrite (SOP) :** *"Cher Monsieur, nous avons bien pris note de votre souhait d'annuler. Toutefois, comme mentionné sur votre confirmation, votre réservation a été effectuée au tarif Non-Remboursable. L'annulation entraînera la perte de la somme versée (100% de pénalité). Pouvez-vous nous confirmer votre accord pour procéder à cette annulation définitive ?"*

MODULE 15 : Conclusion et Checklist pour l'Agent de Réservation

15.1. Rigueur et Empathie

Gérer une politique d'annulation demande à l'Agent d'être un "Gendarme commercial". Il doit protéger les revenus de l'hôtel (en appliquant les pénalités), tout en protégeant son image de marque (en sachant accorder des dérogations justifiées avec l'accord de son management).

15.2. Checklist de l'Annulation Parfaite

- [] Ai-je vérifié les **Conditions de Vente (Rate Rules)** du dossier avant d'agir ?
- [] Ai-je calculé si le client est en période gratuite ou de pénalité (Heure locale de l'hôtel) ?
- [] S'il y a pénalité, ai-je **prélevé la carte** (ou validé avec la comptabilité) *avant* d'annuler dans le PMS ?
- [] Ai-je sélectionné le bon **Motif d'annulation (Reason Code)** pour les statistiques ?
- [] Ai-je fourni le **Numéro d'Annulation** (Cancellation Number) au client pour le rassurer ?
- [] Si c'est un client OTA, lui ai-je bien demandé d'annuler **sur la plateforme** (Booking/Expedia) ?

trainingcenter**in**

Fin du Manuel de Formation

Document certifié conforme - Programme Cadre Légal et Administratif

Ce document est la propriété exclusive de trainingcenterin. Toute reproduction non autorisée est interdite.